

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL BLIMBING DI KOTA MALANG

(DEVELOPMENT STRATEGY BLIMBING TRADITIONAL MARKET IN MALANG CITY)

Oleh:

Maria Putri Arisanty Tokan, Titik Poerwati, Mohammad Reza

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Nasional Malang

Jl. Bendungan Sigura-Gura No. 2 Malang Telp. (0341) 551431, 553015

email:putrytokan22@gmail.com

ABSTRAK

Pasar Tradisional Blimbing merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Malang. Permasalahan yang terdapat di Pasar Tradisional Blimbing yaitu Pasar Blimbing akan direvitalisasi ke pasar modern, akan tetapi sampai saat ini pasar tradisional blimbing tidak menunjukkan progress karena investor proyek pembangunan pasar blimbing menolak Site plan usulan pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan arahan strategi pengembangan Pasar Blimbing Di Kota Malang berdasarkan persepsi pedagang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Metode Analisa Deskriptif kualitatif, dan Analisis SWOT sehingga mendapatkan strategi revitalisasi Pasar Blimbing. Strategi tersebut dikelompokkan dalam faktor strategis internal (IFAS) dan factor strategis eksternal (EFAS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 6 strategi pengembangan Pasar Blimbing yaitu aksesibilitas, bangunan pasar, kenyamanan, keamanan, estetika dan aspek institusional. Strategi pengembangan Pasar Blimbing yang paling dibutuhkan menurut pedagang adalah penyediaan lahan parkir dan tempat bongkar muat barang.

Kata Kunci : *Pasar Tradisional, Strategi Pengembangan*

ABSTRACT

Blimbing traditional market is one of the traditional markets in the city of Malang. The problems found in the Blimbing traditional market, namely Blimbing market will be revitalized to the modern market, but until now Blimbing traditional market does not show progress because the investors of Blimbing market development project refuse site plan merchant proposal. This study aims to determine the direction of the development strategy of Blimbing Market in Malang City based on the perception of traders.

The method used in this study uses qualitative descriptive analysis methods, and SWOT analysis so as to obtain a revitalization strategy for Blimbing Market. These strategies are grouped in internal strategic factors (IFAS) and external strategic factors (EFAS).

The results showed that there were 6 Blimbing market development strategies namely accessibility, market building, comfort, security, aesthetics and institutional aspects. The most needed strategy for developing the Blimbing Market according to traders is the provision of parking lots and loading and unloading of goods.

Keywords: Traditional Market, Development Strategy

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian saat ini dapat diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan khususnya pasar modern yang tumbuh dan berkembang serta mematikan pasar tradisional yang ada di suatu daerah. Hal tersebut membuat pasar tradisional tidak lagi diminati oleh masyarakat karena pengaruh globalisasi dan perkembangan jaman pasar modern yang dinilai lebih mempunyai daya tarik tersendiri karena fasilitas yang ditawarkan. Banyak usaha-usaha dari luar yang masuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menghadirkan pasar dengan konsep yang mewah, bersih, mudah dijangkau,

nyaman dan banyak diskon yang ditawarkan kepada masyarakat. Masyarakat Indonesia sudah lupa bahwa pasar tradisional merupakan budaya Indonesia yang harus tetap dilestarikan. Pasar Tradisional mempunyai peran penting dan kelebihan dibandingkan dengan pasar yang lain, sehingga pemerintah wajib mengambil alih dengan mencari dan memikirkan ide untuk membuat pasar tradisional tetap hidup. Perkembangan perekonomian kota sangat ditentukan oleh lajunya arus sistem perdagangan di kota itu sendiri. Salah satu sarana perdagangan yang sampai saat ini tetap eksis di lingkungan perdesaan maupun perkotaan adalah pasar tradisional. Sifat khas pasar tradisional memiliki

fungsi penting yang keberadaannya tidak pernah bisa tergantikan oleh pasar modern. Pasar Tradisional juga masih mempunyai beberapa kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar modern, di antaranya adalah masih adanya kontak sosial saat tawar-menawar antara pedagang dan pembeli. Tidak seperti pada pasar modern yang memaksa konsumen untuk mematuhi harga yang sudah ditetapkan. Bagaimanapun juga pasar tradisional lebih menggambarkan denyut nadi perekonomian masyarakat.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi atau swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar-menawar.

Dengan berjalannya waktu yang ada peran pasar tradisional akan semakin menurun. Kondisi pasar tradisional pada umumnya memprihatinkan. Masalah sarana dan prasarana dan infrastruktur yang hingga kini masih menjadi masalah serius di pasar tradisional adalah bangunan yang kurang populer di kalangan pembeli, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir. Pengembangan pasar tradisional yang dilaksanakan oleh Dinas Perdagangan Kota Malang untuk mencapai visinya yaitu mewujudkan pasar tradisional modern dilakukan melalui pelaksanaan strategi serta program dan kegiatan yang telah ditetapkan, kan tetapi hal tersebut belum dilakukan secara optimal.

Demikian pula halnya dengan Pasar Tradisional Blimbing merupakan salah satu pasar tradisional yang terdapat di Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Pasar Tradisional Blimbing cukup ramai dan padat, terutama di pagi hari. Pembeli dan pedagang kebanyakan berasal dari Kecamatan Blimbing dan daerah sekitarnya. Transaksi di Pasar Blimbing berlangsung mulai dari pagi hari sampai siang hari. Pasar Blimbing berdiri sejak tahun 1970 dan memiliki luas area sekitar 2000 m². Pasar ini terletak di dekat pusat pemukiman warga Blimbing tepatnya di Jalan Borobudur, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Pasar Blimbing ini memiliki struktur pengurus pasar yang dikepalai oleh Bapak Tumirin, selaku Kepala Pasar. Pasar Blimbing ini juga cukup memudahkan masyarakat sekitar untuk mendapatkan kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan harga yang terjangkau. Keberadaan Pasar Blimbing turut berperan penting dalam menunjang pendapatan daerah, khususnya Kecamatan Blimbing. Hal ini ditunjang dengan keberadaan beberapa ruko di sekitarnya yang juga menyediakan aneka macam kebutuhan, mulai dari alat elektronik hingga kebutuhan pokok. Untuk sarana dan prasarana

pasar juga cukup lengkap, antara lain kantor, mushola, gerobak sampah, alat pemadam kebakaran, dan lain-lain. Selain itu, sarana transportasi juga sangat memudahkan pembeli dan pedagang untuk menuju pasar.

Untuk saat ini, yang perlu dilakukan dari semua pihak adalah strategi bagaimana agar pasar tradisional bias dibuat menjadi lebih layak sebagai tempat transaksi tanpa harus secara drtis mengubah citranya atau khasnya sebagai pasar tradisional. Dalam kaitannya perlu menjadi pertimbangan untuk dibenahi antara lain yaitu kebersihan pasar, lantai yang kering dan tidak becek, penataan lokasi penjual sesuai dengan golongan barang yang dijual, lorong untuk pembeli yang lapang tidak sumpek, ada pengaturan pencahayaan dan pengaturan udara yang sehat, keamanan yang terjamin, ada tempat pembuangan sampah dan sampah tidak menumpuk, ada pengaturan lalu lintas yang lancar, tersedia pusat informasi dan penerangan, ada tempat yang bersih untuk beristirahat dan dapat menikmati makanan-makanan tradisional, ada pelatihan secara rutin untuk para pedagang tentang bagaimana mengatasi kebakaran dan bagaimana menyelamatkan diri jika terjadi kebakaran, dan lain sebagainya yang dapat membuat pasar tradisional lebih menarik agar tidak kalah dengan pasar modern.

Jika pasar tradisional bias dikelola dengan baik dan menarik, maka tidak perlu ada pertentangan antara pasar modern dan pasar tradisional. Keduanya berkembang dengan nuasanya yang berbeda dan daya tariknya sendiri-sendiri. Tidak menutup kemungkinan bahwa golongan yang berpendapatan tinggi dan menengah keatas akan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung pasar tradisional untuk menikmati berbagai hal yang tersediadi pasar modern.

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kembali kondisi pasar tradisional dapat berupa perbaikan kondisi fisik pasar maupun non-fisik pasar. Perbaikan kondisi fisik pasar meliputi bangunan pasar dan seluruh sarana dan prasarana yang ada di dalam pasar, sedangkan perbaikan non-fisik berupa pengelola pasar, pengaturan kebijakan, serta penyuluhan kepada pedagang pasar tradisional mengenai pemeliharaan pasar sehingga dapat digunakan sebagai arahan perbaikan kondisi pasar tradisional.

PEMBAHASAN

I. Ketersediaan Sarana Prasarana di Pasar Blimbing

Sarana Prasarana Pasar merupakan hal yang paling penting bagi pengguna pasar dalam melakukan kegiatan aktivitas pasar. Analisa sarana prasarana pasar untuk mengetahui

ketersediaan sarana prasarana di Pasar Blimbing. Sarana prasarana yang terdapat di Pasar Blimbing sangat dibutuhkan dalam mendukung kegiatan berbelanja. Selain tempat berdagang, keberadaan sarana dan prasarana pendukung juga tidak kalah pentingnya untuk mendukung fungsi pasar tersebut. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2013 tentang pedoman pembangunan dan pengelolaan sarana distribusi perdagangan, sarana, dan prasarana pendukung kegiatan di pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Kantor Pengeloladan kantor fasilitas pembiayaan
2. Toilet/WC
3. Tempat ibadah
4. Pos kesehatan
5. Tempat penampungan sampah sementara
6. Drainase
7. Tempat parkir
8. Koridor/gang
9. Tempat bongkar muat
10. Ruang Usaha

Fasilitas yang tersedia tersedia pada Pasar Blimbing yaitu toilet/wc, kantor pengelolaan, tempat ibadah, dengan kondisi yang cukup baik. Untuk fasilitas lainnya seperti pos kesehatan, tempat penampungan sampah sementara, dan tempat parkir yang kondisinya kurang baik.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka jika dikaitkan dengan teori-teori untuk sarana dan prasarana pendukung pasar, pada pasar ini masih memiliki kekurangan yang sangat banyak dan masih diperlukan penampahan dan perbaikan sarana dan prasarana pendukung pasar.

Analisa terhadap sarana dan prasarana pendukung ditinjau berdasarkan persepsi pengguna ruang terhadap ketersediaan sarana dan prasarana pendukung pasar dan perbaikan serta penambahan sarana dan prasarana pendukung di dalam ruang Pasar Blimbing Kota Malang

Sarana usaha dagang yang ada di Pasar Blimbing menggunakan bedak, los/kios dan emper. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Abdurachmat (2006) yang menyatakan bahwa klasifikasi tempat berdagang di pasar secara umum dibedakan menjadi toko, kios, jongko, los, dan pelataran.

Berdasarkan data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dimana para pedagang yang ada di Pasar Blimbing mayoritasnya menggunakan emper sebagai tempat berjualan. Jumlah tempat usaha berdagang di Pasar Blimbing yaitu sebanyak 2250 unit, sedangkan yang digunakan hanya 1977 unit.

Tabel
Kondisi Ruang Usaha Pasar Blimbing

Teori	Analisa
1	2
Menurut Abdurachmat (2006) klasifikasi tempat berjualan secara umum dapat dibedakan atas berikut ini : <ul style="list-style-type: none"> • Toko • Kios • Jongko • Los • Pelataran 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat berjualan di pasar Blimbing terdiri atas bedak, los/kios, dan emper. Dan telah sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Abdurachmat, dimana para pedagang di Pasar Blimbing menempati tempat berjualan seperti bedak, kios/los, dan emper. • Dimana pengertian los/kios adalah tempat berjualan di dalam lokasi pasar atau di tempat-tempat lain yang telah diijinkan yang beralas permanen dalam bentuk memanjang tanpa dilengkapi dengan dinding pembatas antara ruang usaha atau tempat berjualan dan sebagai tempat berjualan barang atau jasa. Bedak adalah tempat berjualan yang di dalam lokasi pasar atau di tempat-tempat lain yang telah diijinkan yang dipisahkan antara satu tempat dengan tempat yang lainnya mulai dari lantai, dinding, plafon/langit-langit, dan atap yang sifatnya tetap atau permanen sebagai tempat berjualan barang atau jasa. Dan untuk emper yaitu tempat disekitar tempat berjualan yang berupa gelaran.

Sumber : Hasil Analisa, 2018

Berdasarkan hasil analisa Ketersediaan Sarana Prasarana Pasar Blimbing, maka dapat disimpulkan bahwa Sarana Prasarana Pasar Blimbing, cukup terpenuhi. Dari hasil survey yang dilakukan adapun sarana dan prasarana yang sudah tersedia di Pasar Blimbing yaitu Kantor pengelola, tempat ibadah, toilet/WC, tempat penampungan sampah sementara, drainase, jaringan air bersih dan jaringan listrik, pemadam kebakaran, tempat parkir, tempat berjualan dengan kondisi sarana prasarana yang cukup baik.

Sedangkan untuk sarana prasarana yang tidak tersedia yaitu Tempat bongkar muat barang.

II. Partisipasi Pedagang Dalam Pengembangan Pasar Blimbing

Analisa partisipasi pedagang merupakan analisa untuk mengetahui sejauh mana pedagang peran serta dalam pengembangan Pasar Blimbing Kota Malang.

Tabel
Hasil Wawancara Partisipasi Pedagang

Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Total Pemilih
Pendapat pedagang tentang ketersediaan sarana prasarana yang perlu dibenahi/ditambah di Pasar Blimbing	Kantor Pengelola Pasar	0
	Toilet/WC	2
	Tempat ibadah	1
	Pos kesehatan	8
	Tempat penampungan sampah sementara	5
	Jaringan Drainase	8
	Tempat Parkir	41
	Jaringan air bersih dan Jaringan Listrik	8
	Jaringan Telekomunikasi	9
	Tempat Bongkar muat barang	12

Sumber : Hasil Survey dan Kuisioner, 2018

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan partisipasi pedagang dalam keikutsertaan dalam pengembangan Pasar Blimbing, sebagai berikut: Adanya bentuk partisipasi pedagang dalam kegiatan pengembangan Pasar Blimbing seperti ; penyediaan lahan parkir dan tempat bongkar muat barang.

III.Strategi Pengembangan Pasar Blimbing

A. Metode Analisa SWOT

Berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara dan analisis sebelumnya, ditentukan komponen-komponen Strategi Pengembangan berdasarkan aspek terkait.

Tabel
Komponen Dalam Strategi Pengembangan Pasar Blimbing

Aspek	Variabel	Komponen dalam Strategi Pengembangan
Fisik	Menurunnya kualitas dan kondisi fisik kawasan	1. Bangunan Pasar 2. Tempah usaha 3. Gang antar tempat usaha

Aspek	Variabel	Komponen dalam Strategi Pengembangan
		4. Jalan utama 5. Identitas 6. Papan informasi 7. Toilet/WC 8. Tempat ibadah 9. Jaringan air bersih 10. Drainase 11. Parkir 12. Pemadam kebakaran 13. Tempat pembuangan sampah
Aktivitas ekonomi	Penurunan aktivitas bongkar muat	Jumlah bongkar muat barang
Aktivitas sosial	Rendahnya kesadaran masyarakat	Kesadaran masyarakat lokal
Institusional	Pengelolaan Pasar, Fungsi dan Status Pasar	1. Status 2. Fungsi

Sumber : Hasil Sintesa Penulis, 2018

Untuk melihat bobot dan rating pada masing-masing faktor analisis SWOT maka digunakan analisa IFAS EFAS. Masing-masing faktor tersebut sebagaimana dijelaskan diberi bobot dengan jumlah total bobot adalah 1. Bobot yang diberikan menunjukan seberapa penting faktor tersebut akan menunjang keberhasilan suatu kegiatan. Selanjutnya masing-masing faktor tersebut juga diberi rating yang menunjukan respon terhadap masing-masing faktor

Dari hasil matriks IFAS-EFAS diketahui IFAS nilai Kekuatan (*strengths*) 2,12, nilai Kelemahan (*weakness*) 1,97, dan untuk nilai EFAS nilai Peluang (*Opportunity*) 1,5, nilai Ancaman (*Threat*) 1,9, sehingga diketahui Pasar Blimbing memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai Pasar Modern.

Nilai IFAS dan EFAS yang didapat yaitu digunakan Untuk merumuskan strategi yang digunakan selanjutnya dicocokkan dengan matrik IE (*Fred R. David 2002*). Matrik ini didasarkan pada 2 (dua) dimensi kunci. IFAS berada sumbu X dan EFAS berada sumbu Y. Untuk sumbu X skor ada 3 (tiga), yakni :

1. Skor 4,0 – 3,0 = posisi internal kuat.
2. Skor 2,99 – 2,0 = posisi internal rata-rata
3. Skor 1,99 – 1,0 = posisi internal lemah

Untuk sumbu Y dengan cara yang sama, yakni :

1. Skor 4,0 – 3,0 = posisi eksternal kuat.
2. Skor 2,99 – 2,0 = posisi eksternal rata-rata.
3. Skor 1,99 – 1,0 = posisi eksternal lemah.

Matrik IE dapat dibagi menjadi 3 (tiga) bagian utama yang mempunyai dampak strategi yang berbeda, sebagai berikut :

- Divisi yang masuk sel I, II atau IV dapat disebut dengan tumbuh dan membangun, strategi-strategi yang cocok adalah strategi intensif.
- Divisi yang masuk dalam sel III, V atau VII dapat digunakan sebagai strategi pertahanan dan pemeliharaan.
- Divisi yang masuk kedalam sel VI, VIII atau IX adalah divestasi.

Matriks IE digunakan untuk merumuskan strategi yang telah digunakan yaitu matrik internal dan eksternal. Matriks ini didasarkan pada 2 (dua) dimensi kunci yaitu IFAS pada sumbu X dan EFAS pada sumbu Y. Pasar Blimbing memiliki total 4,14 untuk faktor dari internal dan pada faktor eksternal total nilainya 3,4. Dengan nilai tersebut, Pasar Blimbing berada pada posisi sel I. Berikut ini adalah Matriks IE Pasar Blimbing Kota Malang.

Tabel
Matriks IFAS EFAS Pasar Blimbing Kota Malang

Total Nilai EFAS	Total Nilai IFAS			
		Kuat (4,0 – 3,0)	Rata-rata (2,99 – 2,0)	Lemah (1,99 – 1,0)
	Tinggi (4,0 – 3,0)	Sel I	Sel II	Sel III
	Sedang (2,99 – 2,0)	Sel IV	Sel V	Sel VI
	Rendah (1,99 – 1,0)	Sel VII	Sel VIII	Sel IX

Sumber : Hasil Analisa, 2018

Diketahui dari hasil skor IFAS EFAS berada pada Sel I, maka strategi yang digunakan untuk arahan Strategi Pengembangan Pasar Blimbing adalah Strategi intensif.

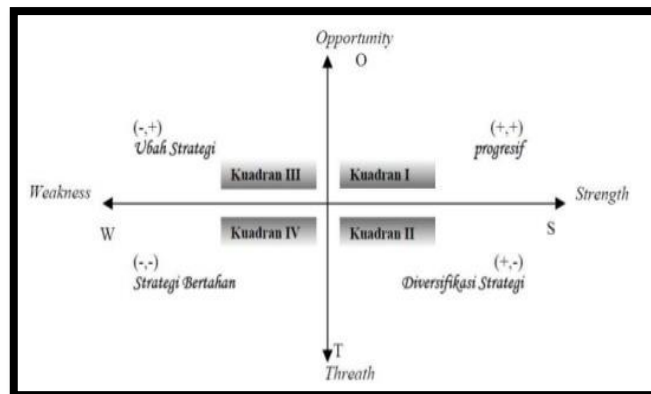
B. Kuadran dan Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang penting untuk membantu mengembangkan 4 tipe strategi dengan menggunakan semua faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang ada. Empat macam strategi tersebut adalah :

- Strategi SO (Strengths – Opportunities), yakni strategis menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- Strategi WO (Weaknesse – Opportunities), yakni strategi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
- Strategi ST (Strengths – Threats), yakni strategi menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman

- Strategi WT (Weaknesse – Threats), yakni strategi meminimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman.

Setelah dilakukan penilaian faktor IFAS – EFAS maka selanjutnya menentukan nilai sumbu X dan sumbu Y, sebagai berikut ini :



Gambar
Matriks Kuadran SWOT

Hasil analisa terhadap faktor strategis Eksternal dan Internal. Arahan Pasar Blimbing Kota Malang diketahui bahwa kekuatan (*Strengths*) nilainya lebih besar dari kelemahan (*Weaknesse*) dan nilai Peluang (*Opportunities*) nilainya lebih besar dari Ancaman (*Threat*). Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Strategi agresif **Kuadran II**.

C. Strategi Pengembangan Pasar Traisional Blimbing

Berdasarkan hasil analisa SWOT, maka arahan pengembangan Pasar Tradisional Blimbing secara umum yaitu sebagai berikut :

- Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk Aksesibilitas:
 - Lorong/gang berfungsi untuk memudahkan sirkulasi dan lorong/gang tidak terlalu sempit agar pengguna pasar tidak berdesakan.
 - Sirkulasi/Akses berfungsi untuk akses keluar masuk dapat mudah ditemukan oleh pengguna pasar
 - Parkir mudah diakses dan pintu keluar dan masuk mudah ditemukan oleh pengguna pasar.
 - Bongkar muat harus dibuat lahan khusus untuk kegiatan bongkar muat agar tidak mengganggu aktivitas di pasar.
 - Jalur akses masuk pejalan kaki dan kendaraan terpisah
 - Akses untuk pengguna pasar yang menggunakan urdi roda
- Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk Bangunan Pasar :

- a. Perbaikan fasilitas pasar yang mengalami kerusakan serta penambahan jumlah fasilitas seperti :
 - Kantor Pengelola harus mempunyai papan identitas untuk memudahkan pengguna pasar
 - Toilet/WC harus selalu kering , beraroma wangi, tidak bau, bersih dan bebas dari sampah-sampah dan toilet harus dipisahkan antara wanita dan pria.
 - Bongkar muat barang harus memiliki lahan khusus untuk tempat bongkar muat barang agar tidak mengganggu aktivitas pengguna pasar
 - Parkir harus mempunyai garis-garis pembatas parkir yang sesuai dengan ukuran mobil/motor dan penyediaan tempat parkir yang luas.
 - Penyediaan papan informasi seperti papan informasi identitas pedagang, papan informasi kisaran harga dan papan informasi zonasi pasar
- b. Perbaikan bangunan-bangunan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas fisik bangunan.
3. Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk Kenyamanan :
 - a. Penyediaan sarana dan prasarana persampahan di kawasan pasar
 - b. Penyediaan kawasan RTH di sekitar kawasan pasar
 - c. Penyediaan tempat untuk area merokok
 - d. Penyediaan ruang untuk menyusui
4. Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk Keamanan :
 - a. Adanya jalur evakuasi
 - b. Tabung pemadam kebakaran diletakan disetiap sisi dari bangunan pasar/ diletakan di pos keamanan
 - c. Terdapat pagar pembatas dengan lingkungan luar pasar dan Terdapat pos keamanan
5. Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk estetika :
 - a. Sosialisasi dari pihak Pemerintah Kota Malang, melalui Badan Lingkungan Hidup (BLH) atau Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) dan pihak pengelola pasar kepada masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan, khususnya di wilayah pasar
 - b. Papan informasi yang menarik perhatian dari pengguna pasar, mudah dimengerti dan dibaca dengan jelas.
 - c. Dilengkapi dengan penerangan yang dapat dijangkau seluruh wilayah pasar.
6. Arahan Strategi Pengembangan untuk aspek institusional

- a. Koordinasi serta kerjasama Pemerintah Kota Malang dan pihak pengelola pasar untuk mengembangkan Pasar Blimbing
- b. Kerjasama antara Pemerintah Kota Malang dan pihak pengelola pasar dengan investor untuk pengembangan pasar.
- c. Kerjasama antara pihak pengelola Pasar Blimbing, Pemerintah Kota Malang, swasta dan masyarakat dalam mendukung Strategi Pengembangan Pasar Blimbing.
- d. Pengelolaan bersama pasar oleh pihak otoritas pasar dan Pemerintah Kota Malang, termasuk investor/swasta.
- e. Integrasi dengan pasar terdekat

KESIMPULAN

Dari tahapan penelitian yang telah dilakukan terkait Strategi Pengembangan Pasar Blimbing Kota Malang, dan disandingkan dengan beberapa analisa terkait yaitu analisa identifikasi kondisi Pasar Blimbing, analisa identifikasi permasalahan dan solusi terkait dengan proses Strategi Pengembangan Pasar Blimbing dan analisa arahan Strategi Pengembangan Pasar Blimbing Kota Malang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berdasarkan sasaran penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut Identifikasi Sarana Prasarana Pasar Blimbing meliputi beberapa hal, yakni jenis dagangan, sarana usaha dagang, sarana dan prasarana pendukung, kenyamanan dan keamanan. Jenis dagangan yang dijual sebanyak 23 jenis dagangan. Mayoritas jenis dagangan yang dijual di Pasar Blimbing yakni sayur-sayuran dan prancangan/sembako. Dimana hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Vera dalam penelitiannya, bahwa kebanyakan pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, daging, buah, sayur-sayuran, telur, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lainnya. Selain itu juga yang menjual kue dan barang-barang lainnya. Pembagian lokasi sesuai dengan jenis komoditi, sesuai dengan sifat dan klasifikasinya. Tempat berdagang yang terdapat di Pasar Blimbing berupa bedak, los dan emper. Akan tetapi pedagang yang ada di Pasar Blimbing lebih banyak menggunakan bedak dan los sebagai sarana usahanya. Untuk mendukung pemanfaatan tempat berjualan di dalam pasar maka perlu dilakukan tindakan pemeliharaan los dan bedak yang rutin setiap minggunya agar dapat menciptakan tempat berdagang yang bersih dan nyaman bagi para pedagang pasar. Sarana dan prasarana pendukung yang terdapat di Pasar Blimbing yaitu kantor pengelola, toilet/WC, tempat ibadah, parkir, tempat pembuangan sampah, listrik dan air, drainase, alat pemadam kebakaran. Akan tetapi Pasar Blimbing tidak memiliki pos kesehatan, kurangnya lahan parkir dan tempat khusus untuk bongkar muat padahal

sarana tersebut sangat penting dan harus ada di Pasar, sehingga diperlukannya penambahan sarana dan prasarana tersebut. Diarahkan untuk menambahkan fasilitas-fasilitas lain seperti kamar mandi serta penambahan fasilitas petunjuk arah yang mencakup informasi-informasi lokasi/area dagangan tertentu, arah lokasi pintu masuk-keluar, arah lokasi tempat ibadah dan arah lokasi ke toilet/WC. Untuk waktu berdagang di Pasar Blimbing dimulai pada pukul 01.00 – 24.00 WIB. Jam puncak di Pasar Blimbing yaitu pada pukul 04.00-10.00 WIB. Pasar Blimbing merupakan pasar yang setiap harinya beraktivitas, pasar ini akan berhenti beraktivitas pada waktu tertentu seperti hari-hari besar, Identifikasi peran pedagang dalam pengembangan Pasar Blimbing, dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang Berdasarkan hasil analisa SWOT, maka arahan pengembangan Pasar Tradisional Blimbing secara umum yaitu sebagai berikut : Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk aspek Aksesibilitas, Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk aspek Bangunan Pasar, Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk aspek Kenyamanan, Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk aspek Keamanan, Arahan strategi pengembangan pasar tradisional Blimbing untuk aspek estetika, dan Arahan strategi pengembangan pasar tradisional blimbing untuk aspek institusional

DAFTAR PUSTAKA

- Al Masitoh, Eis, Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul, Jurnal PMI Vol. X. No. 2, Maret 2013.
- Caroline, Studi Kelayakan Pasar Ngalihan Kota Semarang, Jurnal Dinamika Manajemen, Volume 2, Nomor 2, 2011.
- Dewar, D dan Vanessa D, Perubahan fungsi koridor jalan suryono akibat kerebadaan Pasar Bulu Semarang, Semarang, Tesis, 2007.
- Dwi, Utami, Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta, Proceeding Simposium Nasional ASIAN III, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
- Ekomadyo, Agus S dan Sultan Hidayatsyah, Isu, Tujuan, dan Kriteria Perancangan Pasar Tradisional, (Temu Ilmiah IPLBI), 2012.
- Ella Alfianita, dkk, Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance, Kota Malang, Jurnal Administrasi Publik, Volume. 3, Nomor 5.
- Ernawi, Iman S, Kamus Penataan Ruang, Direktorat jendral penataan ruang departemen pekerjaan umum, Jakarta Selatan, 2009.
- Gibson Dkk, Organisasi dan Manajemen Perilaku, Jakarta :Erlangga, 1990.
- Gulo dan Kartini, Kamus Psikologi, Pioner Jaya, Universitas Michigan, 1987.
- Hardhika Putra, Wicak, Keberadaan dan Perkembangan Pasar Kaget Rawajati Jakarta, Tesis, 2010.
- Haryadi B.S Arsitek, Lingkungan dan Perilaku, Direktorat Jenderal pendidikan Tinggi RI, Yogyakarta, 1995.
- Hasan Dkk, Metodologi Penelitian Kualitatif “Tinjauan Teoritis dan Praktis”, Penerbit : Lembaga Penelitian Umisma – Visipress, Malang, 2003.
- Hidayat, Samsun dan Hadi Wahyono, Pelayanan Lintas Daerah Pasar Boja di Kawasan Perbatasan Kabupaten Kendal dan Kota Semarang, Jurnal Teknik PWK, Volume 2, Nomor 1, 2013.
- J. Supranto, Metode Penelitian Final, 2001.
- Lutfi Muta’ali, Teknik Analisis Regional, Badan Penerbit Fakultas Geografi UGM, Jogja, 2015.
- Moh. Nasir, Metode Penelitian, Ghalia Indonesia, Bogor, 2005.
- N Wicaksono, Lulud, dkk, Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang (Jurnal Penelitian).
- Nurgiarto, Konsep Perancangan Dalam Meningkatkan /kualitas Lingkungan Fisik Kawasan Perdagangan dan Jasa Kota Salatiga, Volume 9, Nomor 1, 2013.
- Pangestu, Maria Eika, Pemberdayaan Pasar Tradisional (Peningkatan daya saing pasar tradisional), 2009.
- Pariaman Sinaga, Menuju Pasar yang Berorientasi Pada perilaku Konsumen Pengembangan Pasar Tradisional oleh Koperasi dan UKM, 2008.
- Pasar Tradisional Di Kota Malang, 2015, <https://malangtradisionalpasar.weebly.com/pasar-blimbing.html>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- Poesoro, Adri, Pasar Tradisional di Era Persaingan Global, Koran Semeru, 2007, Hal. 6
- Purwanto, W, Analisa Persaingan Antara Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Studi Kasus di Kawasan Ciledug Tangerang, Jurnal MIX, Volume 5, Nomor 3, Oktober 2012.

- Redesain Pasar Tradisional Amurang, Jurnal Ruang, Volume I, Nomor I, 2012.
- Riasto Widiatmono dalam Noor Kholis, dkk, Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis perilaku Konsumen (Dinamika Sosial Ekonomi), Volume 7, Nomor 1, Mei 2011.
- Riduwan. Skala Pengukuran Variabel-variable Penelitian, Bandung :Alfabeta, 2010.
- Rohmatun Nikmah, dkk, Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupten Situbondo, Kota Jember, Jurnal Ilmiah.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, Alfabeta, Bandung, 2010.
- Sukandar W, Pokok – pokok Sosiologi Pedesaan, PT. R.G Persada, Jakarta, 1996.